

Proyecto De Emprendimiento

Impacto

Presentado por:

Mary Elizabeth Castañeda

Julio Andrés Ruidíaz Montes

Yenny Carlina Cuellar

María Mónica Juárez

John Mauro Cárdenas

Presentado a:

Directora: Luz Dary Camacho

Universidad Nacional Abierta y a Distancia- UNAD

Tecnología En Gestión Comercial y de Negocios

Bogotá, noviembre de 2021

Tabla de Contenido

Introduccion:	05
Objetivos:.....	06
Descripcion Del Problema:	07
Factor Innovador:	08
Metodologia Desing Thinking:	12
Etapa 01 Empatizar:.....	12
Etapa 02 Definir:.....	15
Etapa 03 Idear:.....	17
Etapa 04 Prototipar:.....	19
Etapa 05 Testeo:.....	21
Estrategias De Mercado:	23
Estrategia Marketing Digital:.....	23
Estrategia De Comunicación:.....	25
Estrategia De Lanzamiento:.....	26
Estrategia De Posicionamiento:.....	26
Estrategia De Diferenciacion:.....	27
Mercado Objetivo:	28
Descripcion De La Competencia:	30
Aliados Estrategicos:	30
Mezcla De Mercadeo:	31
Proyeccion Operativa y Financiera:	32
Disponibilidad De Insumos:	33
Descripcion Tecnica Del Producto:	34
Proyeccion De Ditribucion En Planta:	35
Proyecciones De Ingresos Por Venta:	48
Conclusiones:	56
Referencias Bibliográficas:	57

Tablas y Figuras

Figura 01 Logo Proyecto Impacto:.....	09
Figura 02 Empatizar Proyecto Impacto:.....	14
Figura 03 Mapa Mental Definir Proyecto Impacto:.....	16
Tabla 01 Matriz Doffa Proyecto Impacto:.....	18
Figura 04 Prototipado Proyecto Impacto:.....	20
Tabla 02 Elevator Pich Proyecto Impacto:.....	22
Figura 05 Boceto Publicitario:.....	23
Figura 06 Pagina Web Proyecto Impacto:.....	24
Figura 07 Boceto Estrategia De Comunicacion:.....	25
Figura 08 Boceto Estrategia de Posicionamiento:.....	27
Figura 09 Boceto Estrategia De Diferenciacion:.....	28
Figura 10 Piramide Poblacion Engativa:.....	29
Figura 11 Distribucion Por Estratos Localidad Engativa:.....	29
Figura 12 Las 4P's Del Proyecto Impacto:.....	31
Tabla 03 Capacidad Instalada:.....	32
Figura 13 Ficha Tecnica Camiseta:.....	34
Figura 14 Ficha Tecnica Pantalones:.....	35
Figura 15 Distribucion Local Proyecto Impacto:.....	36
Figura 16 Organigrama Proyecto Impacto:.....	36
Tabla 04 Decripcion De Maquinaria y Elementos Operativos:.....	38
Tabla 05 Descripcion De Salarios:.....	39

Tabla 06 Aportes Sociales:	40
Tabla 07 Descripción De Equipos De Oficina:	41
Tabla 08 Acciones Preoperativas Proyecto Impacto:	42
Figura 17 Localidad De Ubicación Proyecto Impacto:	43
Tabla 09 Cálculo De La Demanda:	44
Tabla 10 Proyecciones De Ventas:	45
Tabla 11 Costos Fijos:	46
Tabla 12 Costos Variables:	47
Tabla 13 Punto De Equilibrio:	47
Tabla 14 Proyecciones De Ingresos Por Ventas:	48
Tabla 15 Proyección De Ventas En Miles:	50
Tabla 16 Capital De Trabajo:	52
Tabla 17 Saldos Acumulados En Miles:	53
Tabla 18 Inversión Total:	54

Introducción

El presente documento muestra el proceso y desarrollo de un emprendimiento social sostenible llamado “Impacto,” la idea de este emprendimiento nace gracias a las ideas que se obtuvieron en este grupo de trabajo, donde principalmente se busca concientizar al cuidado del medio ambiente con una propuesta responsable y sostenible que genere un impacto positivo para la disminución de la contaminación en los océanos ocasionada por el exceso de plástico (botellas PET).

Impacto es una propuesta innovadora de prendas de vestir, y sus principales atributos son la utilización de telas elaboradas con material reciclado (botellas PET), mediante la utilización de pigmentos especiales que hacen que las prendas cambien de color al contacto humano, y con la exposición a los rayos UV.

En el proceso para la creación del emprendimiento, se propone cubrir una amplia demanda en una localidad específica de la ciudad, dicha propuesta está enfocada en segmentar personas jóvenes que le apuesten a consumir en un mercado innovador que interactúe directamente con la responsabilidad y sostenibilidad del medio ambiente.

Así mismo, para el desarrollo del proyecto se aplicó la metodología Design Thinking para conocer la percepción y la aceptación de los productos, fijar la formulación de la propuesta de valor, determinar la demanda a la cual estará enfocado el proyecto y conocer las ventajas y desventajas que se tiene en el mercado actual.

Finalmente se realizó la aplicación de proyecciones operativas y financieras para conocer la viabilidad, así como determinar las particularidades económicas del proyecto, y establecer el presupuesto necesario que cubra las necesidades asociadas a los costos de operación.

Objetivo General

Plantear un proyecto de emprendimiento social con componentes de innovación, responsabilidad y sostenibilidad, que aporte a la reducción de una problemática de los objetivos de desarrollo sostenible, y que a su vez sea rentable.

Objetivos Específicos

- Analizar los objetivos de desarrollo sostenible e identificar una problemática social a partir de la comprensión de los conceptos de emprendimiento y responsabilidad social.
- Crear una propuesta de emprendimiento social innovadora y sostenible que aporte a disminuir las consecuencias de una problemática social.
- Aplicar la metodología de Design Thinking al emprendimiento social, donde se evidencie la estructura organizada de las fases Empatizar, definir, Idear, Prototipar y Testeo
- Estructurar y elaborar estrategias de marketing orientadas a la competitividad del proyecto de emprendimiento social.
- Sustentar las proyecciones de distribución en planta, costos, y ventas, para conocer los resultados del proyecto y definir su viabilidad.

Descripción del problema

En Colombia se generan cerca de 12 millones de toneladas de basura al año, de las cuales se recicla en promedio un 17%. Solo en Bogotá se producen 6.300 toneladas al día y solo se aprovechan entre el 14% y 15%, según el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (Semana, 2021). Esto sin duda afecta el medio ambiente y genera consecuencias devastadoras como el calentamiento global en nuestros ecosistemas naturales.

En este sentido se busca aportar a la disminución de estas cifras con la elaboración de prendas de vestir fabricadas con telas de material reciclado, se pretende llegar a un mercado, que involucre al cuidado del medio ambiente, a aquel ciudadano que le apasione la moda, sobre todo prendas versátiles y novedosas. Se quiere redefinir este mercado, con una propuesta disruptiva en la que el activismo medioambiental y la producción de prendas ecológicas, de calidad e innovadoras sean la promesa de valor.

De acuerdo con indagaciones preliminares se identificó que el procesamiento de la tela implica asumir una inversión bastante alta para un emprendimiento nuevo, por lo que se optó por crear alianzas con proveedores que suministren las telas procesadas, con un factor diferencial que sería el proceso de pigmentación. Así mismo, se encontraron en el mercado los siguientes proveedores Ecohilandes y Enka.

La propuesta de emprendimiento consiste en confeccionar camisetas y sudaderas, elaboradas a base de telas ecológicas, con lo cual se aporta al cuidado del medio ambiente. Esta idea contribuirá a la reducción de los niveles de contaminación, ya que dichas telas son fabricadas con botellas PET recuperadas de los océanos y posteriormente recicladas.

Factor Innovador

Impacto, entrará al mercado, mediante la fabricación de camisetas y pantalones de sudadera, a través de tela procesada con botellas PET recicladas, además, como factor diferencial, la tela incluye pigmentos fotocromáticos y termocromáticos, que harán que la prenda cambie de color al tacto y a la exposición a los rayos UV. Los materiales (telas) para la fabricación de las prendas serán adquiridos a través de dos proveedores en el departamento de Antioquia, (Ecohilandes y Enka). Esto permitirá por un lado ser un emprendimiento sostenible y amigable con el medio ambiente, e imponer nuevos estilos de prendas que permitan al segmento de mercado ir a la vanguardia, ofreciendo dos aspectos claves de innovación con los diseños de las prendas, que a continuación, se resaltan:

Materia prima reciclada

Las prendas que se van a fabricar son de tela elaborada con materiales reciclados como botellas PET y textiles de desecho, los pigmentos utilizados para los tonos de color son libres de químicos, a continuación, se da a conocer lo que se necesita para la elaboración de las prendas. Para la elaboración de una prenda a base de plástico reciclado, se requiere aproximadamente seis botellas PET, se usa el algodón recuperado que sale de los retales textiles, se procesa a fibra y luego a hilo.

Cambio de color

Las prendas presentan dos clases de pigmentos orgánicos que hacen que cambien de color de la siguiente manera:

- **Pigmento foto cromático:** Cambia de color con el tacto, esta prenda al tocarla se pone más oscuro, ejemplo: si es azul claro con el tacto se pone azul oscuro.

- Pigmento termo cromático: Cambia de color con la exposición a los rayos UV, estas prendas son oscuras y con la exposición a la luz solar se ponen claras con el fin de poder lucir prendas claras de día y en la noche oscuras.

En la figura 1 se presenta el logo que representa la marca

Figura 01

Logo Impacto



Creación propia

El nombre del emprendimiento “Impacto” busca aportar a la responsabilidad social, contribuyendo con la preservación del medio ambiente, y como marca, generar recordación en los clientes por su aporte colectivo a la sociedad.

Pertinencia

Desde el punto de vista social, el proyecto permite satisfacer las necesidades de adquirir prendas innovadoras que no contaminan el medio ambiente, el segmento preferido para el consumo de las prendas son personas con edades desde los 20 hasta los 35 años, quienes se caracterizan por ser entusiastas del diseño, y devotos de la moda, este segmento ha abierto espacios para que la experiencia de comprar ropa sobrepase los motivos de la necesidad. (Revista Diners 2019).

El proyecto se va a ubicar geográficamente en la localidad de Engativá, donde se encuentra variedad de tiendas de prendas de vestir, en esta localidad se marca la preferencia en la compra de ropa deportiva, esta condición hace que el mercado al cual se va a dirigir las prendas se pueda aprovechar para ser rentables con estilos y creaciones innovadoras.

El aporte social que beneficiará a la localidad de Engativá y los diferentes barrios que la integran, será la creación de una nueva fuente de empleo, tanto para los satélites que confeccionarán las prendas, como para el equipo humano que será parte de la nómina de Impacto.

Para la puesta en marcha del proyecto, se va a tomar un local en arriendo en la localidad de Engativá, que contará con una distribución en área comercial, donde se exhibirán las prendas de vestir, la demás área será destinada como oficina y bodega, en cuanto al factor humano, el proyecto permite el trabajo de patronaje, corte y confección que será realizado por dos satélites, uno se encargará de confeccionar camisetas, el otro los pantalones de sudadera, esta figura se implementa con el fin de no invertir en maquinaria propia para la fabricación (máquinas de coser industriales, fileteadoras, de corte, etc.) también se estaría generando un ahorro en gastos de contratación de personal operativo, la inversión que se proyecta para la puesta en marcha del emprendimiento incluye todos los costos asociados a la compra de materia prima (telas e hilos), y se contará con varios proveedores para evitar depender de uno, desde el punto de vista tecnológico y logístico, se contempla todo lo relacionado con sistemas electrónicos para implementación en el local como: computador, impresora, telefonía.

Impacto del Proyecto

Si bien las telas se van a comprar terminadas listas para la producción de las prendas, se está aportando indirectamente a la preservación del medio ambiente, ya que son elaboradas con

botellas PET recuperadas de los océanos, esta característica trae grandes beneficios para el planeta, porque se da un segundo uso a materiales que representan riesgo para el medio ambiente, ya que el plástico puede tardar hasta 1000 años para biodegradarse, produciendo una acumulación excesiva y peligrosa.

A grandes rasgos, el uso de la materia prima a base de material reciclado para fabricar textiles representa un esfuerzo en la lucha por reducir el impacto ambiental, disminuir los gases de efecto invernadero y promover un consumo sostenible y ético.

En la economía de Colombia el sector textil ha tenido un alza importante, según informes del Dane en noviembre del año 2015 presentó un crecimiento de 4,8 % en producción, 4,3% en ventas y 0,7% en generación de empleo, esto muestra que la demanda que está alcanzando en el mercado es alta, generando un aumento en la economía, con el emprendimiento “Impacto” se espera un aporte a la economía ambicioso para poder contribuir con el estado, con las necesidades personales y del resto de colaboradores que puedan llegar a ser parte de esta gran idea. (Inexmoda, 2011)

Para ello el producto tendrá atributos especiales con el fin de superar las expectativas del público objetivo proporcionando calidad, y comodidad a un precio muy competitivo.

Otro aporte importante es ayudar en la transformación de la sociedad a través de la generación de empleo esto apoya en la disminución de la pobreza extrema, específicamente para las madres cabeza de hogar de la localidad de Engativá, con este aporte se contribuye en el futuro, generando más empleo para que las madres cabezas de hogar puedan tener un ingreso seguro con el cual puedan tener una vida digna.

Metodología de Design Thinking

Con la aplicación de la metodología Design Thinking, se busca identificar información sobre la percepción y aceptación de la propuesta del emprendimiento social “**Impacto**”. En este sentido la herramienta se orientó en la solución creativa y cooperativa de problemas a través de la identificación de necesidades propias del mercado actual; la herramienta está compuesta por un ciclo de etapas: Empatizar, Definir, Idear, Prototipar, y Testear, a continuación se presenta cada una de las etapas dirigidas al proyecto Impacto.

Etapa 1. Empatizar

Esta etapa **Empatizar** sugiere investigar la necesidad de los clientes teniendo en cuenta factores tanto internos como externos, a través de herramientas que orienten a descubrir lo que piensa, siente y como actúa el potencial cliente, para ello se utilizó la herramienta mapa mental y se observó que el resultado que más resalta está relacionado con los compromisos hacia el medio ambiente a través de la fabricación de prendas innovadoras y de calidad.

A continuación, algunos aspectos que conectan la idea de emprendimiento con la etapa "Empatizar":

- Es la etapa del Design Thinking que está centrada en el usuario. En este caso para el emprendimiento permitirá centrarse en las necesidades de los clientes.
- Se va a transmitir la visión del emprendimiento "Impacto", lo cual permite a los clientes sentirse parte de ella.
- Es necesario valorar las emociones e intereses de cada uno de los actores que intervienen en esta idea de emprendimiento.

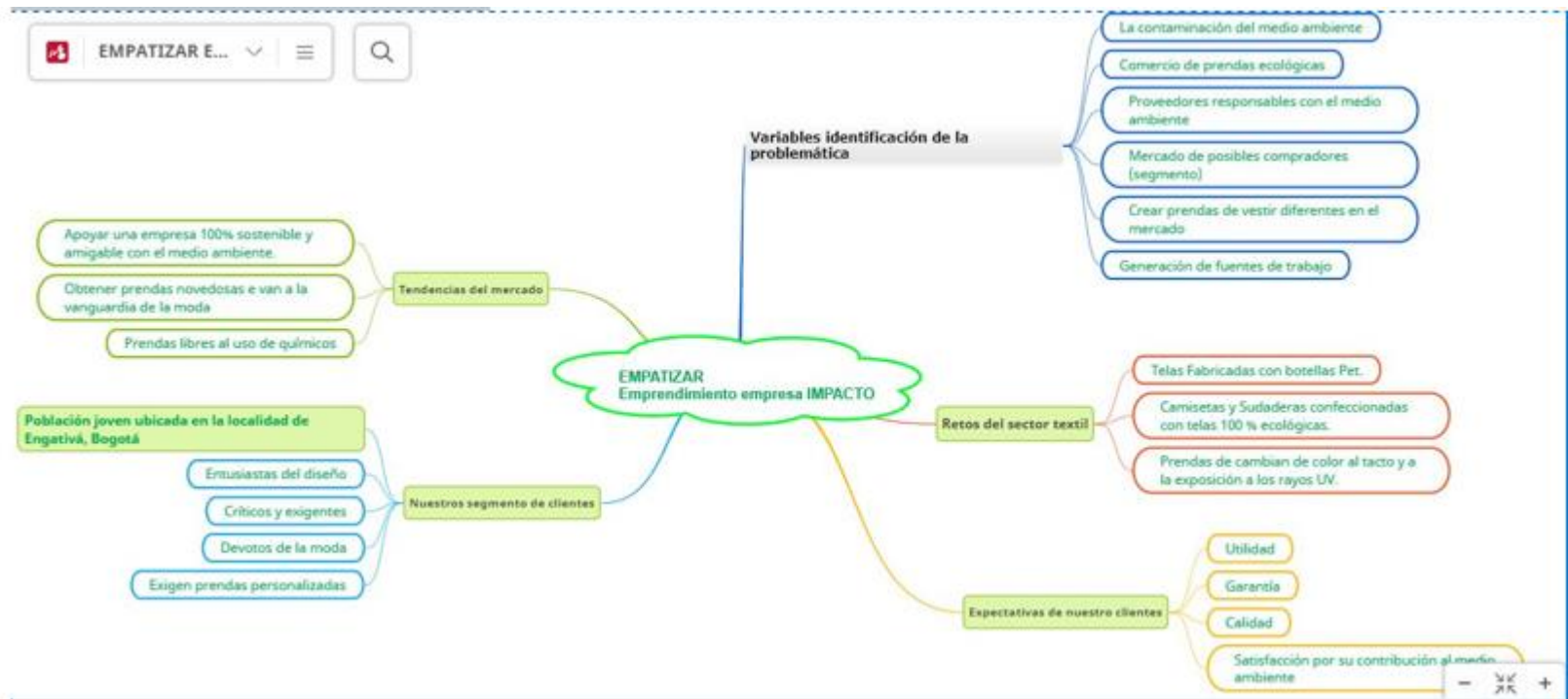
- La empatía permitirá que los colaboradores del emprendimiento se esfuercen cada día por alcanzar la meta, hacer que el negocio sea rentable, y que se respeten los sentimientos de todos aquellos que forman parte de él.

La ejecución del proyecto de acuerdo a la herramienta seleccionada "Mapa Mental", se articula de la siguiente manera:

Primero, se tienen en cuenta variables identificadas en la problemática como, contaminación, prendas ecológicas, proveedores responsables con el medio ambiente, mercado de compradores, Prendas de vestir diferentes, generación de fuentes de empleo. Luego se identifican los retos existentes del sector textil como son específicamente para el emprendimiento “Impacto” las telas fabricadas con botellas Pet recicladas para producir, camisetas y sudaderas ecológicas, que cambian de color al tacto y con la exposición a rayos uv.

Se tienen en cuenta las tendencias del mercado debido a que “Impacto”, es un emprendimiento 100% comprometido con el medio ambiente, donde uno de los factor más importante del proyecto de emprendimiento son los clientes y sus expectativas frente al producto como: la utilidad del producto, la calidad, y la satisfacción por contribuir con el medio ambiente, por último, un segmento de clientes pensado en personas jóvenes ubicadas en la localidad de Engativá, quienes son amantes del diseño, críticos y exigentes, devotos de la moda y con gustos por las prendas personalizadas. Ver figura 2

Figura 02

Empatizar Proyecto Impacto

Construcción propia

<https://www.mindomo.com/mindmap/c431699b6e3740439938076b2b75d3b6>

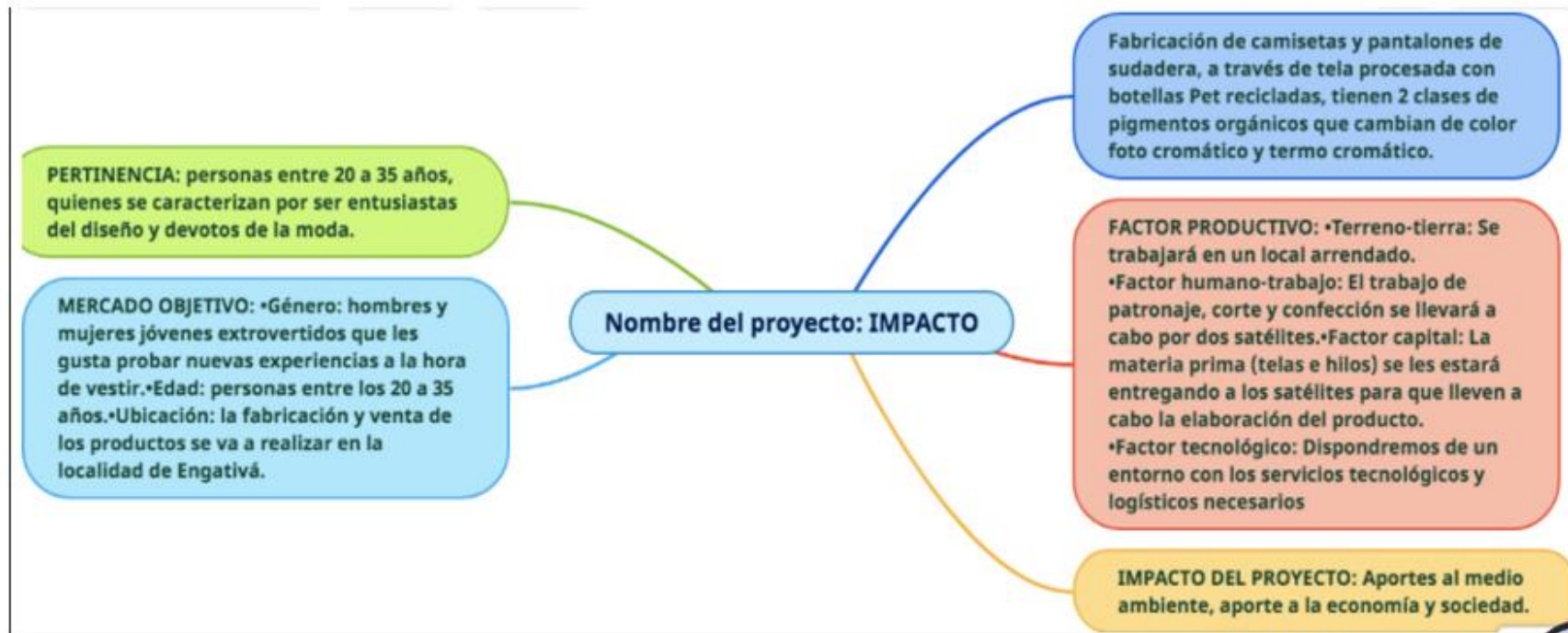
Etapas 2. Definir

Tras el análisis de la fase de empatizar, se identifica y concreta el problema a abordar.

Esta herramienta es útil para el desarrollo del proyecto Impacto, ya que en esta etapa es donde se permite ver una visión global del proyecto y sus componentes para poder demarcar los objetivos de manera clara, explica la pertinencia, delimitando ese rango de edades y características del perfil del consumidor para poder brindar un mejor enfoque, a su vez describe el mercado objetivo para tener claridad acerca del género, la edad y ubicación que tendrán lugar en esta marca, destaca la esencia del proyecto, explicando en que consiste, cual es ese producto que se realizará y que aporte hará al medio ambiente y la sociedad, el factor productivo donde se destacan los ítems de donde se ubicará, quien lo realizará y como se llevara a cabo, por último cuál es ese impacto que generará, como se mencionó previamente, en los diferentes aspectos además del económico. Ver figura 3

Figura 03

Mapa Mental Etapa Definir Proyecto Impacto



Construcción propia

Enlace: <https://www.mindomo.com/es/mindmap/486e99fdf5674cb192cdf2bcd7a925f>

Etapa 3. Idear

Esta etapa busca la generación de ideas para encontrar la solución al problema.

Para la fase de Ideación se eligió la herramienta Dofa ya que permite realizar un análisis estratégico para entender los factores internos y externos que afectan o favorecen el emprendimiento, también ayuda a comparar la información de cada cuadrante para tomar decisiones a futuro y lograr que la planeación del negocio sea efectiva.

Considerando el estado actual de la idea de emprendimiento, se identifican elementos claves para plasmar en los cuatro cuadrantes (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) con el fin de prevenir riesgos a futuro, también ayuda a validar si los objetivos se plantearon bien o si se debe hacer una reformulación de ellos.

Con el Dofa se tiene la información necesaria para tomar las decisiones apropiadas en el momento oportuno a cada situación que se presente.

Con la aplicación de esta herramienta se identificó la necesidad de llegar al mercado con una idea innovadora, de ahí que se deba establecer un factor diferencial en el emprendimiento como es, fabricar las prendas con telas ecológicas que cambien de color al tacto y con la exposición a los rayos UV. Ver tabla 1

Tabla 01*Matriz Dofa Proyecto Impacto*

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Prendas elaboradas con telas ecológicas • Personal calificado para la elaboración de las prendas. • Originalidad de los productos • Ubicación geográfica favorable • Iniciativa y participación en responsabilidad social. • Diversidad en los medios de pago • Stock siempre disponible • Entregas ágiles en Bogotá • Compras a través de tienda física y por página web 	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencias por el cuidado del medio ambiente • Incremento en las compras a través de medios electrónicos • Proveedores de materiales sin intermediarios • Ley de financiamiento que protege al sector, permitiendo que pequeñas empresas puedan crecer • Políticas del cuidado medioambiental claras, en la cual las empresas deben ser responsables de procedimientos industriales que impacten positivamente a la naturaleza.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Marca nueva en el mercado • Poco consumo de productos nacionales • Dependencia de los proveedores de telas • Precios más altos por los atributos de los productos • Desconocimiento de productos textiles con material orgánico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos con marcas ya posicionadas • El producto por ser innovador puede ser imitado • Sector económico muy competitivo • Nuevos competidores con productos innovadores

Construcción propia

Etapa 4. Prototipar

El proyecto “Impacto”, busca impulsar las nuevas tendencias Eco Friendly, de esta manera se quiere dar un impulso a la satisfacción de las necesidades y deseos del público objetivo, permitiendo que el emprendimiento “Impacto” se mantenga a la vanguardia ante la competencia.

Generar un impacto positivo en las nuevas generaciones ya que al ser sostenible se transmite una buena imagen, con lo cual se abrirá una amplia ventana de clientes potenciales que aumentará la demanda a la cual se les brindará excelentes beneficios. Gracias a la herramienta de design thinking “Impacto” genera estrategias de mercadeo para innovar los productos y mantener al cliente siempre a la vanguardia sobre las nuevas tendencias de la moda y así crear un estilo de vida más saludable y sostenible con el medio ambiente. Ver figura 4

Figura 04

Prototipado Proyecto Impacto



Construcción propia

https://www.canva.com/design/DAEtVNuSbsQ/JVakLQzE2iUadwMKFZGM5w/view?utm_content=DAEtVNuSbsQ&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink

Etapas 5. Testeo

Se eligió el elevator **pitch** para dar una idea más clara al proyecto con una descripción corta, poder entender y conocer a los clientes objetivo, de qué se trata el emprendimiento con el fin de vender la idea convenciendo con la propuesta de valor del proyecto.

Para ejecutar esta herramienta se tuvo en cuenta la esencia del emprendimiento, identificando posibles fallas para realizar mejoras y convertir el proyecto en lo que se está buscando, un proyecto social sostenible; para vender la idea en esta herramienta se propone un discurso en menos de 2 minutos, en el cual se involucran: el cliente objetivo, la necesidad que se va resolver, el nombre del producto, categoría, beneficio clave, y qué nos diferencia de la competencia.

El aporte para “Impacto” es lograr una presentación del emprendimiento de manera más clara, concisa y breve generando interés y una buena primera impresión en menos de dos minutos que es lo que dura un viaje en un ascensor, también ofrece la oportunidad de captar la atención ante un público objetivo como clientes o posibles inversores. Ver tabla 2

Tabla 02*Elevator Pich Proyecto Impacto*

Elevator pich Impacto		
Elementos	Características	Pich
Público objetivo	Personas entre 20 y 35 años, en la localidad de Engativá, estrato 3, que les guste la comodidad y estar a la vanguardia	“Impacto” son camisetas y pantalones de sudadera, creadas con telas ecológicas, los pigmentos utilizados para los tonos de color son libres de químicos, lo cual ofrecemos
Necesidad o problema	Impacto ambiental que generan los desechos de plástico y textiles en el planeta.	prendas totalmente amigables con el medio ambiente, además las prendas contienen pigmentos orgánicos que cambian de color al tacto o exposición al solar y
Nombre del producto:	IMPACTO	contaremos con un punto de venta físico en la
Categoría:	Camisetas y sudaderas	localidad de Engativá donde los clientes podrán ver y probar el producto en físico.
Beneficio clave:	Reducen la contaminación del medio ambiente, mientras puedes lucir una prenda innovadora.	
Diferenciación:	Telas procesadas con botellas Pet recicladas y textiles de desecho. Cambio de color de la prenda al tacto y exposición solar	
Estrategias de comercialización:	Tendremos un punto de venta directo en la localidad de Engativá donde se implementarán algunas estrategias de marketing como visual, seducción y de gestión con el fin de atraer y fidelizar nuestros clientes y luego comenzaremos a trabajar en las redes sociales.	

Construcción propia

Estrategias de Mercadeo

Impacto es una marca nueva en el mercado, por lo tanto, se hace necesario diseñar estrategias de Mercadeo que permitan generar confianza y visibilidad ante su público objetivo, a continuación, algunas estrategias aplicadas al emprendimiento.

Estrategias de Marketing Digital

Una forma sencilla de generar recordación de la marca y expandir su alcance a la audiencia objetivo es a través de buscadores web, redes sociales, blogs, correo electrónico, esta estrategia de comunicación es pertinente para el segmento de clientes definido ya que están conectados en redes sociales, como Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, WhatsApp entre otras. En la figura 5 se presenta un boceto de la estrategia de Marketing digital a utilizar en las redes.

Figura 05

Boceto Publicitario



Fuente: (noticias, 2020)

Se propone crear campañas con videos cortos donde se muestre en breve el proceso de reciclaje y transformación de las botellas Pet a telas Eco Friendly, con mensajes como “es hora de cambiar el planeta, es hora de cambiar tu estilo”.

A través de las redes sociales, se quiere llegar al público objetivo, para ello se propone realizar contenido con gran calidad visual y emocional, en ellas se propone contar historias para crear una conexión con el público, y que sienta lo que representa la marca.

Se tendrá disponible la página Web del emprendimiento, siempre actualizada y con información acorde a las necesidades de búsqueda de los clientes, “Impacto” busca que el público se familiarice con el entorno de la página y puedan interactuar con el producto. Ver figura 6

Figura 06

Página Web Impacto



Construcción propia

Enlace: <https://johnmauroc.wixsite.com/impacto>

Estrategias de Comunicación

Con esta estrategia, el mensaje que se va a transmitir es la importancia del consumo responsable, estimular a la compra de prendas creadas con textiles de material reciclado, (botellas PET), para promover la creación de nuevas prendas de vestir. Ver figura 7

Como estrategia de comunicación externa, se programarán tres visitas a las estaciones de radio más importantes de la ciudad con el fin de dar a conocer los productos, y llevar un mensaje de concientización sobre la importancia de aportar al medio ambiente, adquiriendo prendas de vestir ecológicas.

Figura 07

Boceto Estrategia Comunicación



Fuente: (Olukuti, 2012)

Estrategia de Lanzamiento

Es la oportunidad para conocer la primera impresión de los clientes, con esto se busca dar a conocer la marca como paso previo a la compra, para ello se tendrá un punto de venta en la localidad de Engativá, el mismo donde inicialmente iniciarán las operaciones del emprendimiento, el local estará acondicionado con un diseño llamativo para generar un efecto positivo dentro del comercio del sector utilizando slogan de la empresa, “es hora de cambiar el planeta, es hora de cambiar tu estilo”.

Estrategia de Posicionamiento

La marca busca ser reconocida en el mercado como innovadora y socialmente responsable con el medio ambiente, por ello el canal de distribución va a ser directo para ofrecer mejor experiencia de compra y lograr que el cliente tenga un mejor precio. Ver figura 8

Se busca aceptación en el público objetivo, que la marca genere recordación. Para ello se utilizará el slogan “es hora de cambiar el planeta, es hora de cambiar tu estilo”. Este slogan pautará en las principales redes sociales.

Figura 08

Boceto Estrategia De Posicionamiento



Fuente: (Delta, s.f.)

Estrategia de Diferenciación

“**Impacto**” ofrece diseños exclusivos a partir de materiales de calidad e innovadoras, son prendas que cambian de color al tacto o luz solar, además van de la mano con un oportuno servicio al cliente, lo que permite lograr determinado status. Ver figura 9

Figura 09

Boceto Estrategia De Diferenciación



Fuente: (Inventos Absurdos, 2018)

Mercado Objetivo

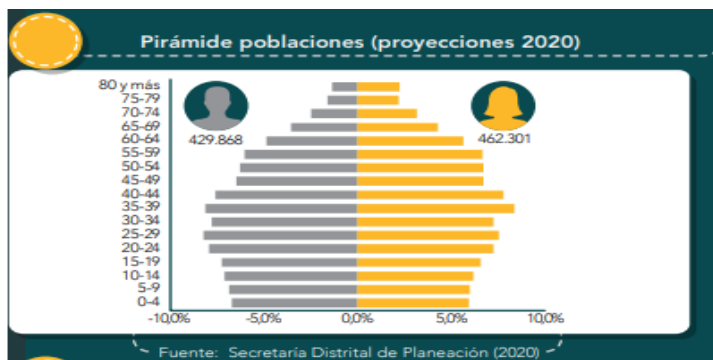
El mercado objetivo adecuado para “Impacto” son jóvenes que les gusta sentirse y verse bien, personas entre un rango de edad desde los 20 hasta los 35 años, hombres y mujeres, de estilos y tallas diferentes, “Impacto” creará prendas con diseños llamativos y modernos con colores y forma no convencionales, según datos de Secretaría distrital de planeación (2020) el porcentaje de población joven es del 72% y el estrato social que predomina es el estrato 3 (ver figuras 10 y 11), Las variables más importantes a tener en cuenta para el emprendimiento son:

- **Género:** Hombres y mujeres jóvenes extrovertidos que les gusta probar nuevas experiencias a la hora de vestir.
- **Edad:** Cualquier persona con interés podrá tener acceso a los productos, sin embargo, el segmento del emprendimiento está dedicado a personas entre los 20 hasta los 35 años.

- **Ubicación:** La fabricación y venta de los productos se va a realizar en la localidad de Engativá inicialmente, esta localidad cuenta con una totalidad de población de 892.169 habitantes y según la pirámide poblacional existe mayor número de personas con edad entre los 19 hasta los 44 años.
- **Nivel socioeconómico:** Habitantes que se encuentran en estrato 3, que según cifras corresponde al 72% del total de la población en la localidad de Engativá.

Figura 10

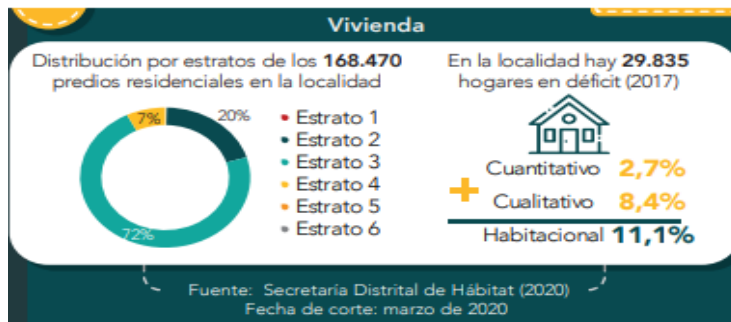
Pirámide Población Engativá



Fuente: (Dian, 2020)

Figura 11

Distribución Por Estratos Localidad Engativá



Fuente: (Dian, 2020)

Descripción de la Competencia

En el mercado colombiano, podemos encontrar diferentes empresas que están en el mercado de la Moda para dama y caballero, produciendo y comercializando diferentes tipos de prendas para cualquier estilo. Diferentes empresas colombianas, han diseñado prendas que contribuyen a la reutilización de plásticos, creando diseños únicos y al mismo tiempo ecológicos. Estas son algunas empresas que están implementando la reutilización de plástico en Colombia.

- **Bohío playa:** Esta marca colombiana, trabaja con telas que se hacen con plásticos reciclados.
- **Totto:** Marca colombiana de alta trayectoria está trabajando en este momento bajo el concepto reciclable, pero su enfoque está en la línea de accesorios como bolsos y maletas.
- **Privilegie Lingerie:** Esta marca colombiana está más enfocada en una línea de ropa interior, y vestidos de baño, trabaja en materiales reciclados, plásticos.
- **Fokus Green:** Elabora camisetas a partir de botellas Pet y además reducen el consumo de agua al elaborar sus prendas
- **Arturo Calle:** Marca Colombiana, elaboran camisetas con botellas Pet.
- **Ale Ardila Studio:** Esta marca trabaja produciendo prendas atemporales con telas de una calidad que pueda garantizar su durabilidad. Aliados Estratégicos.

Aliados Estratégicos

- **Tiendas deportivas:** se propone generar alianzas donde estas tiendas vendan los productos de “Impacto” y sumen al consumo responsable.

- **Gimnasios:** Aquí se encuentra un gran aporte a la imagen de la marca, se propone una cooperación dotando al personal (instructores) de los Gym de la zona.
- **Proveedores:** Ecohilandes y Enka, Compra de materia prima de forma directa, sin intermediarios.
- **Aliado de producción:** Satélites de la localidad de Engativá, quienes confeccionarán los productos.

Mezcla de Mercadeo

Para mercadeo Digital se utilizará las redes sociales principalmente Instagram, ya que está en particular permite publicar contenido y videos emocionales y de interés acerca de las prendas, además porque permite estar más cerca del público objetivo y así poder captar más clientes. Ver figura 12

Para mercadeo Tradicional, se generarán folletos o plegables donde se pueda promocionar las prendas, dando a conocer las características y beneficios del producto.

Figura 12

Las Cuatro P`S Del Marketing Del Proyecto Impacto



Elaboración propia

Proyección Operativa y Financiera

Las proyecciones operativas y financieras se realizan con el fin de establecer las necesidades a cubrir para el funcionamiento del emprendimiento durante un periodo establecido, así como analizar los diferentes conceptos operativos y financieros y conocer la viabilidad del proyecto. En la tabla 3 el concepto de capacidad instalada.

Tabla 03

Capacidad Instalada

Conceptos	Unidad de medida
Área	70m ²
% de espacio utilizado	90% distribuido de la siguiente manera: 30% área comercial 30% bodega de almacenamiento. 30% Área administrativa.

Para el proyecto “Impacto” se hará uso de un local de 70m², el cual tiene un valor de arriendo de \$1.200.000, está ubicado en la zona comercial de Engativá, y se estima que más los servicios (luz-agua-telefonía) \$500.000 el total sea \$1.700.000. Este espacio se distribuirá de la siguiente manera: área para oficina, donde se llevarán a cabo labores administrativas, área para bodega donde se almacenará lo necesario, como telas o producto terminado, y un área comercial, donde se exhibirán las prendas, esto teniendo en cuenta las necesidades de la marca, su producción y ventas.

Disponibilidad de Insumos

Uno de los sellos característicos de este proyecto son los textiles que provienen de materiales reciclados de botellas PET, para lograr disponibilidad de insumos se va a contar con dos proveedores con el fin de no tener dependencia para la provisión de los insumos, estos proveedores son: Enka y Ecohilantes.

Cada colección cuenta con diseños únicos e innovadores, las prendas estarán disponibles en tallas surtidas desde la xs a la xl, dándole prioridad a la talla más comercial que es la M. Con el fin de ser más rentable, se trabajará con maquilas a las cuales se les entregarán los diseños y el textil para su respectivo patronaje y confección.

Para cada camiseta se usará 1 metro de tela y para cada pantalón de sudadera se usará 1.5 metros, teniendo en cuenta la rotación del inventario se trabajará con una línea textil que se puede adaptar a los diferentes diseños y colecciones, en total serán 300 unidades de camisetas y 250 unidades de pantalones de sudaderas.

Teniendo en cuenta que cada rollo contiene 100 metros se necesitarán 3 rollos para la confección de las camisetas (1 metro por camiseta) y 3,75 rollos para la confección de los pantalones (1,5 metros por pantalón).

Descripción técnica del producto

Figura 13

Ficha Técnica Camiseta

FICHA TÉCNICA CAMISETA A1	
REF:	A1
MATERIAL:	ALGODÓN
INSUMOS:	HILO-HILASA
TALLAS:	XS-S-M-L-XL
CANT. TELA	1 METRO
DESCRIPCIÓN: CAMISETA MANGA CORTA BÁSICA, ELABORADA EN ALGODÓN RECICLADO .	

Fuente: (jpg, s.f.)

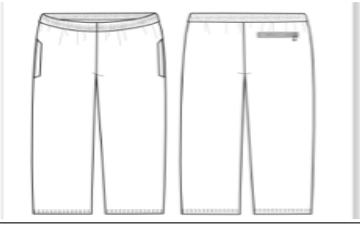
Para llevar a cabo este proyecto es importante seguir una secuencia que consiste en:

- Realizar los diseños de cada colección definiendo las cantidades que se producirán.
- Adquirir la materia prima, en este caso los textiles ecológicos son fundamental.
- Llevar los diseños junto a la materia prima a las maquilas (empresas que se encargan de la confección y patrones de cada prenda).
- Una vez confeccionada la colección se revisará la calidad.
- Cuando estén verificadas las prendas se realizará la exhibición del producto en el local comercial para su posterior venta, así como también se procederá a trabajar en las páginas web de la marca para la venta en línea.

Figura 14

Ficha Técnica Pantalones

FICHA TÉCNICA PANTALÓN A2	
REF:	A2
MATERIAL:	ALGODÓN
INSUMOS	HILO- HILASA
TALLAS:	XS-S-M-L-XL
CANT. TELA	1.5 METROS
DESCRIPCIÓN: PANTALÓN DE SUDADERA BÁSICO, ELABORADO EN ALGODÓN RECICLADO.	



Fuente: (Moda, s.f.)

Proyección de Distribución en Planta

La distribución de planta se hará teniendo en cuenta la necesidad de la marca y el metraje del local, es decir como la producción se realiza por medio de maquilas no se necesitará un espacio para maquinaria y producción, por lo tanto, se distribuirá de la siguiente forma:

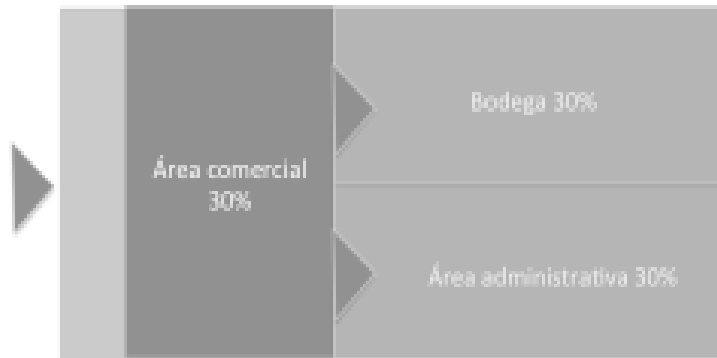
30% del local estará destinado al área comercial, teniendo en cuenta el volumen de producción y su inventario, donde se ubicará el producto que se encuentra en venta.

30% será destinado a la bodega, en este espacio se almacenará además de producto la materia prima, como los rollos de tela.

30% será para una oficina donde se realizarán labores administrativas. Ver figura 15

Figura 15

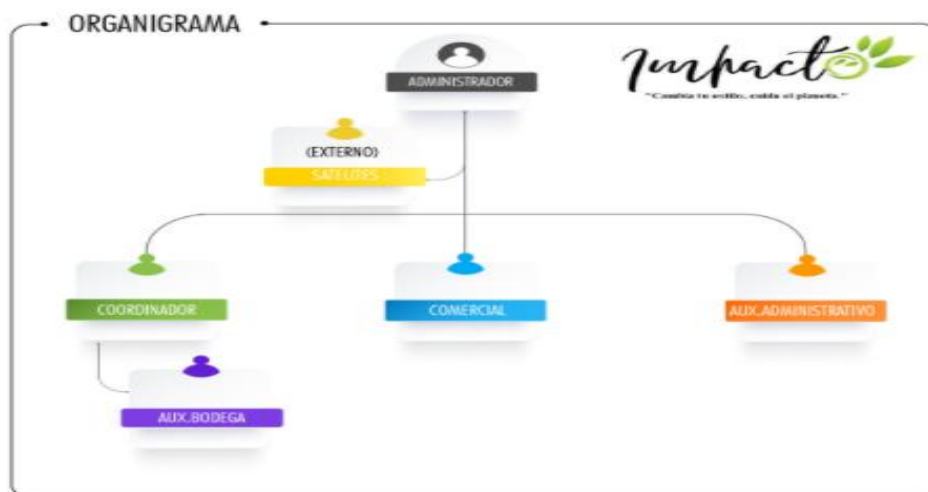
Distribución Local Proyecto Impacto



Construcción propia

Figura 16

Organigrama Impacto



Construcción propia

A continuación, se relaciona las funciones de cada cargo mencionado en el organigrama. Figura 16.

- **Administrador: (1)** Las funciones de Administrador se centran en establecer los objetivos propios del emprendimiento, así como fijar las metas en cada área, las cuales deben ser medibles, reales, y alcanzables, es el encargado de organizar y de proporcionar los recursos necesarios al personal para alcanzar las metas esperadas. El Administrador es un líder comunicando cuando se presenten problemas para dar solución de manera precisa, se encargará del rendimiento y control de las personas de cada área. El administrador estará a cargo de la facturación y organización contable, también de los pagos a los proveedores y flujo de compras de material.
- **Coordinador de Diseño y Producción: (1)** Dentro de las funciones realizadas por el coordinador de diseño y producción están asociadas las actividades de la producción y hacer que el producto terminado cumpla con la calidad esperada. Además, debe organizar y planear las estrategias de producción, así como crear los diseños que se van a presentar para la fabricación de las prendas de vestir. También estará a cargo de coordinar las respectivas entregas.
- **Auxiliar de Bodega: (1)** Las funciones que desempeñará el auxiliar estarán orientadas al apoyo logístico, cargue y descargue de mercancía y materiales, organización e inventario en la bodega, control de calidad de la producción recibida, devoluciones y garantías de los productos, almacenar en forma ordenada los productos.
- **Auxiliar Administrativo: (1)** Las principales funciones a realizar por el Auxiliar Administrativo son atención telefónica, atención de la página web, gestión documental,

registro y control de los mensajes del correo electrónico, distribución de correspondencia, labores de archivo, y atención de la agenda de la administración.

- **Comercial: (1)** Las labores que estarán a cargo del comercial son: captación de clientes, generar resultados de venta dentro del punto, manejo de redes sociales y marketing digital, seguimiento a clientes potenciales, revisión de stock de productos

Tabla 04

Descripción De Maquinaria Y Elementos Operativos

Insumos			
Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Computadores	3	\$ 1.900.000	\$ 5.700.000
Impresora	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Linea fija	1	\$ 40.000	\$ 40.000
lineas moviles	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Herrajería (exhibidores)	2	\$ 300.000	\$ 600.000
Maniquies	2	\$ 100.000	\$ 200.000
Cerrajerías	8	\$ 50.000	\$ 400.000
Adecuaciones del local	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Totales			\$ 7.400.000

Tabla 05*Descripción De Salarios*

Nomina			
No. Personas	Área / Tipo	Salario Unitario	Salario Devengar
1	Administrador	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000
1	Coordinador de Diseño y Producción	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
1	Aux. Administrativo	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
1	Asesor Comercial	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
1	Aux. Bodega	\$ 908.526	\$ 908.526
Totales		\$ 6.308.526	\$ 6.308.526

Tabla 06*Aportes Sociales***Nomina Para Pago De Sueldos "Impacto"**

Cargo	Sueldo	Días Trabajados	Básico	Auxilio Transporte	Total, Devengado	Salud	Pensión	Total, Deducido	Neto Pagado
Administrador	\$ 1.900.000	30	\$ 1.900.000	\$ 0	\$ 1.900.000	\$ 76.000	\$ 76.000	\$ 152.000	\$ 1.748.000
Coordinador de Diseño y Producción	\$ 1.500.000	30	\$ 1.500.000	\$ 106.454	\$ 1.606.454	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 120.000	\$ 1.486.454
Aux. Administrativo	\$ 1.000.000	30	\$ 1.000.000	\$ 106.454	\$ 1.106.454	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 80.000	\$ 1.026.454
Asesor Comercial	\$ 1.000.000	30	\$ 1.000.000	\$ 106.454	\$ 1.106.454	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 80.000	\$ 1.026.454
Aux. Bodega	\$ 908.526	30	\$ 908.526	\$ 106.454	\$ 1.014.980	\$ 36.341	\$ 36.341	\$ 72.682	\$ 942.298
Totales	\$ 6.308.526		\$ 6.308.526	\$ 425.816	\$ 6.734.342	\$ 252.341	\$ 252.341	\$ 504.682	\$ 6.229.660

Provisiones	
Cesantías	\$ 525.500
Intereses	\$ 5.255
Prima De Servicios	\$ 525.500
Vacaciones	\$ 262.435
Totales	\$ 1.318.690

Seguridad Social	
Pensión	1.293.248
Arl	271.267
Totales	\$ 1.564.514

Aportes Parafiscales	
Caja	\$ 252.341
Totales	\$ 252.341

Tabla 07*Descripción De Equipos De Oficina*

Equipos de oficina			
Conceptos	Cantidad	Valor Unitario / Plan Post-Pago	Valor total
Computadores	3	\$ 1.900.000	\$ 5.700.000
Impresora	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Línea Fija	1	\$ 40.000	\$ 40.000
Líneas Móviles	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Totales		\$ 2.270.000	\$ 6.100.000

Para poner en marcha el emprendimiento, se estará contando inicialmente con tres (3)

Computadores uno (1) Para el administrador para ejercer labores propias del cargo, así como guardar información como: contactos, publicidad contabilidad, ventas entre otros. (1) para el Coordinador de Diseño y Producción con el fin de guardar toda la información de los suministros de producción y materia prima entregada y comprada. (1) en el área de ventas que estará dispuesto en el local comercial y se utilizará para la caja. Ver detalle en la tabla 7.

Acciones preoperativas proyecto Impacto

Para los procesos preoperativos el emprendimiento Impacto, contara con los siguientes procesos y gastos para la iniciación de labores y constitución de la misma. Ver detalle en la tabla 8

Tabla 08*Acciones Preoperativas Impacto*

Acciones preoperativas		
Verificar la Homonimia	El nombre “Impacto” como empresa está disponible para su uso.	Sin costo
Selección de Códigos CIU	Validando con el emprendimiento “Impacto” que está relacionado con actividades textiles el código más acertado sería el Código CIU No. 1410.	Sin costo
Tipo de sociedad	La más sugerida es la Sociedad Limitada.	Sin costo
Gastos de constitución obligatorios	Notariales	\$ 69.000
Gastos de registro en cámara de comercio	Impuesto de registro, formulario de registro mercantil e inscripción de libros de accionistas y socios.	\$ 86.500
Total		\$ 155.500

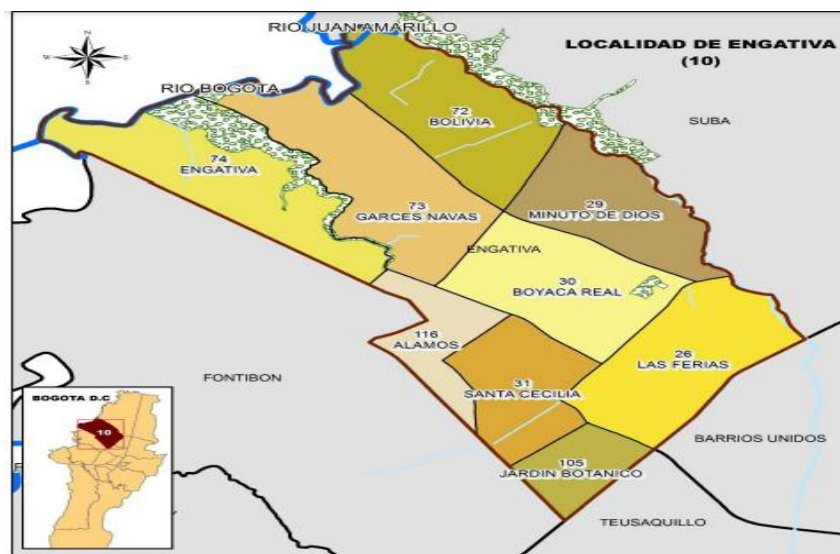
Construcción propia

Localización, Descripción Del Ámbito Territorial Donde Se Montará El Proyecto:

El emprendimiento “Impacto” inicialmente estará ubicado en la localidad de Engativá.

Figura 17

Localidad De Ubicación Impacto



Fuente: Diagnostico_Local_2014_Engativá_12abr_2016

Teniendo en cuenta la población y ubicación, Impacto, estará en Engativá, localidad rodeada al Norte por la localidad de Suba, al Sur, por la Av. El Dorado y localidad de Fontibón, al Oriente por Av.68, localidades de Barrios Unidos y Teusaquillo, finalmente al Occidente por municipios como Cota y Funza.

Esta zona cuenta con 4000 habitantes, donde existe un amplio rango entre los 25 y 35 años de edad, se distribuye en 3.606 hectáreas, contando con 332 barrios, entre los cuales existen 10 vías principales que facilitan el acceso, en el sector económico de esta localidad, resalta en actividades comerciales y de servicios, su estrato socio-económico mayormente es 3, lo cual es positivo para la marca teniendo en cuenta la segmentación realizada para el consumo de estos productos textiles que se elaborarán. Ver figura 17

Tabla 09*Cálculo De La Demanda*

Cálculo de la demanda año 1	
Población objetivo	3500
Consumo promedio Mensual o anual	\$ 80.000
Total consume	\$ 280.000.000
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	60%
Total demanda potencial	2100

Demanda Mensual	
Enero	84
Febrero	126
Marzo	126
Abril	168
Mayo	189
Junio	189
Julio	189
Agosto	189
Septiembre	210
Octubre	210
Noviembre	210
Diciembre	210
% Total	100%



La demanda se calculó teniendo en cuenta el total de la población de la localidad de Engativá, y con datos más puntuales, el porcentaje de personas de segmento potencial, siendo así el siguiente análisis:

El mercado objetivo es llegar a 3500 personas, para el primer año se proyecta llegar a un porcentaje del 60%, esto equivale a 2100 personas que son parte del segmento ideal de Impacto, el promedio de consumo mensual de cada persona en prendas de vestir es de \$80.000, esto quiere decir que este valor es un referente para la proyección de ventas y facturación mensual de cada cliente. Ver detalle en la tabla 9

Tabla 10

Proyecciones De Ventas

Proyección de Ventas			
	Año 1	Año 2	Año 3
Total	2100	2450	2975
Enero	84	98	119
Febrero	126	147	179
Marzo	126	147	179
Abril	168	196	238
Mayo	189	221	268
Junio	189	221	268
Julio	189	221	268
Agosto	189	221	268
Septiembre	210	245	298
Octubre	210	245	298
Noviembre	210	245	298
Diciembre	210	245	298

Las cifras de ventas proyectadas para los tres años se calcularon basadas en la demanda potencial de la localidad donde está ubicada la tienda física.

Teniendo en cuenta que la demanda potencial de compradores para el año 1 es de 2100 personas, se realizó una proyección de ventas flexibles para cada mes, podemos apreciar en la tabla 8 que para el mes de enero se definieron 84 unidades, esto es un promedio de 3 prendas al día, y por mes se calculó un incremento de entre un 4% y un 9% en los meses más comerciales.

Para los años dos y tres se realizó el análisis bajo el mismo esquema del año uno, adicional se tuvo en cuenta un incremento en la demanda de la siguiente forma: para el año 2 incremento del 10% y para el año 3 incremento del 15%, así las cosas, se espera un crecimiento tanto en demanda potencial para los tres años proyectados como para las unidades vendidas. Ver detalle en la tabla 10

Tabla 11

Costos Fijos

Costos fijos	Mensual	Anual
Administrador	\$ 1.900.000	\$ 22.800.000
Cordinador diseño y produccion	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
Aux administrativo	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Asesor comercial	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Aux. bodega	\$ 908.526	\$ 10.902.312
Servicios (agua, luz, telefonia)	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Arriendo	\$ 800.000	\$ 9.600.000
Suministros de papeleria	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Inversion de marketing	\$ 400.000	\$ 4.800.000
Gasto financiero	\$ 869.664	\$ 10.435.968
TOTAL	\$ 8.158.526	\$ 97.902.312

Tabla 12*Costos Variables*

Costos variables	Mensual	Anual
Equipos de oficina	\$ 5.600.000	\$ 5.600.000
Herrajería	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Costo materia prima (tela, hilos, marquillas) x 300 und.	\$ 5.100.000	\$ 61.200.000
Mano de obra x 300 und. de camisetas	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
Costo pantalones (tela, hilo, marquillas) x 300 und.	\$ 6.600.000	\$ 79.200.000
Mano de obra x 300 und. Camisetas	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
Costo de transporte	\$ 400.000	\$ 4.800.000
Gasto de constitución	\$ 69.000	\$ 69.000
Cámara de comercio	\$ 86.500	86500
Adecuaciones del local	\$ 100.000	\$ 100.000
TOTAL	\$ 21.855.500	\$ 184.555.500

Tabla 13*Punto De Equilibrio*

	Mensual	Año 1
Total costos fijos	\$ 8.158.526	\$ 97.902.312
Total costos variables	\$ 21.855.500	\$ 184.555.500
Número de unidades	600	7200
Costo total promedio unitario	\$ 50.023	\$ 39.230
Costo promedio unitario	\$ 22.167	\$ 22.167
Costo variable unitario	\$ 36.426	\$ 25.633

	Mensual	Año 1
Precio de venta sin IVA	\$ 49.259	\$ 49.259
Precio de venta con IVA	\$ 58.619	\$ 49.259
Margen de utilidad promedio	55%	55%
Punto de equilibrio en unidades	301	3614

El punto de equilibrio para el emprendimiento "impacto" es de 301 unidades mensuales y 3614 anuales, entre camisetas y pantalones, este es el número de unidades que el emprendimiento necesita vender para que el beneficio sea cero, en ese momento no obtendrán ganancias, pero tampoco pérdidas. Esto quiere decir que es lo mínimo que deben alcanzar para sobrevivir en el mercado. Ver detalle en las tablas 11-12-13.

Proyecciones ingresos por ventas

Tabla 14

Proyección De Ingresos Por Ventas

Proyección de Ingresos por Ventas			
	Año 1	Año 2	Año 3
Total, Ventas	\$ 200.587.800	\$ 241.040.800	\$ 301.471.625
Descuentos por Ventas	\$ 2.306.760	\$ 2.691.220	\$ 3.267.910
Ventas Netas	\$ 202.894.560	\$ 243.732.020	\$ 304.739.535
% Ventas de contado	\$ 202.894.560	\$ 243.732.020	\$ 304.739.535
% Ventas Crédito	N/A	N/A	N/A

La proyección de ingresos se realizó con base a la estimación de población de demanda potencial, para el año 1 se esperan resultados en facturación y recaudo por valor de \$ 202.894.560, teniendo en cuenta que para los meses de enero, julio y octubre se van a tener descuentos estimados en un 5% aplicado a todos los productos, para el segundo año se espera un crecimiento en ventas del 10% y un porcentaje de descuentos similar al aplicado en el año uno, para el tercer año se estima un crecimiento del 15% y un porcentaje de descuentos del 5% en los mismos meses de los años un y dos.

El análisis de los descuentos para los tres primeros años se proyectó para aplicarlo en los meses de enero julio y octubre, basados en preguntas realizadas a personas de la localidad en edades entre 22 a 35 años, las preguntas fueron enfocadas en los meses del año donde les fue más difícil comprar prendas de vestir, y en qué meses disminuyó el poder adquisitivo, llegando a la conclusión de manejar los descuentos en los meses anteriormente mencionados, en la tabla 12 se puede observar detalle de los resultados proyectados. Ver detalle tabla 14

Las ventas esperadas en cada mes se proyectaron teniendo en cuenta la capacidad productiva, y sobre todo la demanda que se pretende atraer en cada mes, el ejercicio se realizó teniendo en cuenta la captación de clientes proyectados y el precio de venta de los productos, los resultados se pueden observar en la tabla 15.

Tabla 16*Capital De Trabajo*

El capital de trabajo se determinó elaborando el flujo de caja mensual para el primer año del negocio.

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Ingresos												
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Ventas	\$	12.035.2	12.035.2	16.047.0	18.052.9	18.052.9	18.052.9	18.052.9	20.058.7	20.058.7	20.058.7	20.058.7
	8.023.512	68	68	24	02	02	02	02	80	80	80	80
Total ingresos	\$	12.035.2	12.035.2	16.047.0	18.052.9	18.052.9	18.052.9	18.052.9	20.058.7	20.058.7	20.058.7	20.058.7
	8.023.512	68	68	24	02	02	02	02	80	80	80	80
Egresos												
Compra material prima e insumos	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	2.067.000	2.886.00	2.886.00	3.705.00	4.095.00	4.095.00	4.095.00	4.095.00	4.344.00	4.344.00	4.344.00	4.344.00
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Remuneración personal operativo	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	3.408.526	3.408.52	3.408.52	3.408.52	3.408.52	3.408.52	3.408.52	3.408.52	3.408.52	3.408.52	3.408.52	3.408.52
		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Gastos generales de operación	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	930.000	1.140.00	1.140.00	1.350.00	1.450.00	1.450.00	1.450.00	1.450.00	1.560.00	1.560.00	1.560.00	1.560.00
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Remuneración administrativos	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	2.900.000	2.900.00	2.900.00	2.900.00	2.900.00	2.900.00	2.900.00	2.900.00	2.900.00	2.900.00	2.900.00	2.900.00
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos de administración	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	1.450.000	1.450.00	1.450.00	1.450.00	1.450.00	1.450.00	1.450.00	1.450.00	1.450.00	1.450.00	1.450.00	1.450.00
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos financieros	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	884.832	882.105	879.368	876.623	873.868	871.105	868.332	865.549	862.758	859.957	857.147	854.327

Los recursos que necesita el emprendimiento durante los tres primeros meses son de \$ 6`076.835 para poder realizar las operaciones, ya que en estos meses no se realiza las ventas esperadas para poder cubrir los costos de ejecución, por lo cual se debe requerir a un capital de trabajo. (ver tabla 16- 17)

Tabla 18

Inversión Total

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	N/A
	Equipo de oficina	\$ 5.600.000
	Herrajería	\$ 1.200.000
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	N/A
	Adecuación del local o espacio de producción	\$ 100.000
	Gastos legales de constitución	\$ 155.500
	Marketing	\$ 4.800.000
	Arriendo	\$ 14.400.000
	Sueldos	\$ 75.702.312
	suministros de papelería	\$ 1.800.000
	Capital de trabajo	\$ 6.076.835
TOTAL		\$ 109.834.647

La inversión que se proyecta para el primer año es de \$109.834.647, para poner en funcionamiento el emprendimiento Impacto, aquí se tiene en cuenta todos los gastos y costos proyectados, donde el análisis de ventas permite ver una proyección positiva a partir del cuarto mes, la capacidad operativa puede ser cubierta con la facturación de ventas proyectada.

Para el proyecto impacto se cuenta con una fuente de capital propio por una suma de \$100.000.000, este monto se obtiene por medio de aporte por partes iguales de los socios y \$10.000.000 que corresponden a un crédito otorgado con un interés del 4% anual. (ver tabla 18).

Conclusiones

Teniendo en cuenta los objetivos de desarrollo sostenible se logró elegir una propuesta de emprendimiento a favor del medio ambiente, encaminada a generar desarrollo en la comunidad o localidad elegida, Para la elección de esta propuesta se tuvieron en cuenta aspectos fundamentales en cuanto a sostenibilidad y responsabilidad social.

Cuando se pensó en un proyecto de emprendimiento social sostenible, se motivó a que fuera innovador y atractivo para un segmento de clientes exigente, como son los jóvenes (20 - 35 años), y que a mediano plazo genere una rentabilidad para su sostenibilidad. Para lograr todos estos factores diferenciales se utilizó la metodología del design thinking, a través de diferentes herramientas creativas, las cuales despejaron todas aquellas dudas y falencias de diseño y experiencias para el cliente en el proyecto de emprendimiento social.

Al fijar el factor diferencial del proyecto, se utilizaron diferentes estrategias de marketing las cuales fueron aplicadas al proyecto de emprendimiento, analizando la competitividad que puede tener el negocio para generar utilidades, y se determinó así mismo la forma de poder llegar al segmento objetivo para ser reconocidos como un emprendimiento social exitoso.

Bibliografía

- Delta. (s.f.). *Delta*. Obtenido de <https://www.deltamaquinastexteis.com.br/es/industria-textil/la-industria-de-la-moda-y-el-medio-ambiente-deben-ir-de-la-mano/>
- Dian. (2020). *DIAN*. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/>
- Inexmoda. (2011). Obtenido de <https://www.inexmoda.org.co/cronologia/inexmoda---2011.html>
- Inventos Absurdos*. (21 de Agosto de 2018). Obtenido de <https://inventosabsurdos.com/2008/08/21/camisetas-que-cambian-de-color-con-el-calor-de-tu-cuerpo/>
- jpg, F. (s.f.). *Free jpg*. Obtenido de <https://www.freejpg.com.ar/imagenes/premium/1217374537/camiseta-tecnica-de-dibujo-para-ninos-camiseta-en-blanco-plantilla-de-ilustracion-vectorial-aislada>
- Moda, P. I. (s.f.). *Patrones Industriales de Moda*. Obtenido de <http://www.patronesymoldes.com/item.php?ID=201835&lang=ESP&categoria=HOMBR ES&subcategoria=Pantalones&fr=Categoria>
- noticias, A. (18 de Agosto de 2020). *ecovision internacional*. Obtenido de <http://www.ecovision.tv/2020/08/18/camisetas-sostenibles-hechas-con-plastico-reciclado/>
- Olukuti. (31 de Octubre de 2012). *Olukuti*. Obtenido de <https://olokuti.com/blogs/noticias/de-una-botella-de-plastico-a-una-camiseta-tecnologia-deporte-sostenibilidad-y-nike>
- Semana, R. (25 de 5 de 2021). Obtenido de <https://www.semana.com/mejor-colombia/articulo/con-telas-de-fibra-de-plastico-y-algodon-reciclado-la-industria-textil-colombiana-contribuye-a-la-descontaminacion-de-los-oceanos/202100/>

Alcaldía, Mayor de Bogota. (2017). Localidad de Engativá. Consejo Local de Gestión de Riesgos y Cambio Climático. Recuperado de <https://www.idiger.gov.co/documents/220605/221227/IDENTIFICACION+Y+PRIORIZACION+DE+ESCENARIOS+DE+RIESGO.pdf/a806ffa5-48d8-43a4-8ea6-a0a994467349>

Gibbons, M. (1998). Pertinencia de la educación superior en el siglo XXI. Recuperado de <https://fhcevirtual.umsa.bo/btecavirtual/sites/default/files/007%20Lectura%205.%20Pertinencia%20de%20la%20educacion%20superior%20en%20el%20siglo%20XXI.pdf>

Curto Grau, Marta (2012) Los emprendedores sociales. Innovación al servicio del cambio. Recuperado de <http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/>

<https://economipedia.com/definiciones/factores-de-produccion.html>

Intuición, acción, creación, edited by Ellen Lupton, Editorial Gustavo Gili, 2012. ProQuest Ebook Central. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/44577>

Kerestegian S. (2017). *Dias Norticos 2017: Design Thinking*. (Video) Recuperado de https://www.youtube.com/watch?time_continue=55&v=a9-5IVg83w

Mejía Martínez, A. (19,11,2018). *OVI unidad 3 Modelo de Negocio Design Thinking*. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/21685>

Schnarch, A., & Schnarch, D. S. (2010). *Marketing para emprendedores*. Bogotá DC, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/69144>

Junta de Castilla y León. (2012). Marketing Digital para Pymes (P. 97- 107). Recuperado de http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=10060082

